

UTJECAJ OLIMPIJSKIH IGARA NA TURIZAM GRADA DOMAĆINA

Klarić, Mia

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:776036>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-06-29**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**UTJECAJ OLIMPIJSKIH IGARA NA TURIZAM
GRADA DOMAĆINA**

Mentor:

prof.dr.sc. Smiljana Pivčević

Student:

Mia Klarić

Split, kolovoz, 2022

SADRŽAJ:

1. UVOD	
1.1. Definicija problema.....	3
1.2. Cilj rada.....	3
1.3. Metode rada.....	3
1.4. Struktura rada.....	4
2. POVEZANOST OLIMPIJSKIH IGARA I TURIZMA	
2.1. Uloga sportskih događaja na turizam i pozicija OI.....	5
2.2. Glavne odrednice OI kao mega sportske manifestacije	7
2.3. Pozitivni utjecaji OI na razvoj destinacije	9
2.3.1.Dugoročni pozitivni utjecaji Olimpijskih igara na destinaciju...9	
2.3.2.Kratkoročni pozitivni utjecaji Olimpijskih igara na destinaciju.....11	
2.4. Negativni utjecaji OI na razvoj destinacije.....	12
3. UČINCI OI NA TURIZAM ODABRANIH DESTINACIJA	
3.1. Barcelona.....	14
3.2. London.....	18
3.3. Rio de Janiero	21
3.4. Preporuke za unaprjeđenje.....	23
4. ZAKLJUČAK.....	25
LITERATURA.....	26
PRILOZI.....	29
SAŽETAK.....	30
SUMMARY.....	30

1. UVOD

1.1. Definicija problema

U današnje vrijeme turizam i sport su dva najčešća načina za provođenje slobodnog vremena. Poznato je kako povezanost ta dva pojma datira još iz stare Grčke kada su Olimpijske igre (OI), koje su ujedno i temeljni predmet ovog rada, održavane svake četiri godine. Sportski turizam, kao jedan od selektivnih oblika turizma još i danas igra vrlo važnu ulogu u kreiranju ponude određene destinacije te postaje vrlo važan motiv prilikom odabira destinacije posjeta za turiste. Tako će se u ovom radu staviti naglasak na OI te načine na koje takav mega sportski događaj koji je ujedno važna svjetska manifestacija, ima za turizam onog grada u kojem se održavaju. Stoga problematika ovog rada leži u davanju odgovora na pitanje koji su to načini kojima OI utječu na turistički razvoj destinacije u kojoj se održavaju, s obzirom da manifestacije danas imaju sve važnije mjesto u kreiranju suvremenog turističkog proizvoda.

1.2. Cilj rada

Cilj ovog rada je najprije pojmovno objasniti te predstaviti vezu sportskih manifestacija i turizma kroz organiziranje sportskih događaja sa naglaskom na OI kao najznačajniju sportsku manifestaciju, kako prošlosti tako i današnjice. Pritom je važno napomenuti kako će riječ biti o ljetnim a ne zimskim OI. Stoga će glavni cilj biti utvrditi te predstaviti doprinos organiziranja istih na turizam destinacije u kojoj se održavaju. Cilj je predstaviti i objasniti pozitivne, ali jednako tako i negativne strane organiziranja OI. Spomenuto će biti dodatno pojašnjeno na konkretnim primjerima odabranih destinacija koje su imale priliku biti domaćini ljetnih OI, Barcelone kao domaćina 1992. godine, Londona kao domaćina 2012. godine te Rio de Janiera kao domaćina OI 2016. godine.

1.3. Metode rada

Metode korištene u ovom radu su metoda istraživanja za stolom kojom se prikupljaju sekundarni podaci odnosno koja obuhvaća sustavno prikupljanje te istraživanje već postojećih podataka (Tkalac Verčić et al., 2010). Podaci su prikupljeni iz relevantne znanstvene i stručne

literature koja se bavi problematikom sportskog turizma, sportskih manifestacija te utjecajem OI na turistički razvoj destinacije u kojoj se održavaju.

Prilikom pisanja ovog završnog rada korištene su sljedeće metode: opisna metoda, povijesna metoda, metoda komparacije, metoda analize te metode dedukcije i indukcije.

Prva spomenuta odnosno opisna metoda predstavlja jednostavan opis samih pojava koje se istražuju bez dodatnog znanstvenog tumačenja i objašnjavanja (Metzinger i Toth, 2020).

Povijesna metoda predstavlja postupak kojim se na temelju raznih dokumenata doznaje što se u prošlosti dogodilo.

Metoda komparacije kao ona u kojoj se među pojavama ili događajima pokušavaju uočiti sličnosti i razlike te istaknuti određena zajednička obilježja (Metzinger i Toth, 2020).

Nadalje, metoda analize kojom dolazi do rastavljanja cjelovitog na sastavne elemente i sinteze koja predstavlja obrnut postupak od same analize gdje dolazi do objedinjavanja odnosno spajanja dijelova u cjeline (Metzinger i Toth, 2020).

Posljednje, metoda dedukcije kojom se polazi od općih stavova za dolazak do spoznaja dok se induktivnom metodom podrazumijeva zaključivanje od pojedinačnih slučajeva prema općim zakonitostima (Metzinger i Toth, 2020).

1.4. Struktura rada

Strukturu ovog završnog rada čine četiri poglavlja, zajedno sa uvodom te zaključkom.

Uvodni dio ovog rada daje definiciju problema ciljeve i metode rada te njegovu strukturu.

U drugom dijelu završnog rada naglasak je na pojmovnom definiranju manifestacija te na predstavljanju veze između OI i turizma. Predstaviti će se uloga sportskih događaja odnosno manifestacija na turizam te pozicija OI u tom kontekstu. Potom će se izložiti potencijalni pozitivni, ali jednako tako i negativni učinci organiziranja jedne tako važne sportske te ujedno i mega manifestacije.

Treće poglavlje donosi pregled o konkretnim primjerima zemalja koje su imale priliku biti domaćini ljetnih OI te načinima na koje su OI imale utjecaj na njihov turistički razvoj uspoređujući stanje prije i poslije održavanja. Za usporedbu su tako uzete tri destinacije kao nekadašnji domaćini OI - tj. Barcelona, London te Rio de Janeiro. Također se u ovom poglavlju predstavljaju preporuke za unaprjeđenje usmjerene prema budućim domaćinima OI.

Posljednje poglavlje ovog rada donosi zaključak rada, nakon čega slijede sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku, pregled literature te popis slika i tablica.

2. VEZA OLIMPIJSKIH IGARA I TURIZMA

2.1. Veza sportskih događaja i turizma te pozicija OI

Događaji odnosno manifestacije *Event* (engl.) se odnose na posebne rituale, prezentacije, predstave ili proslave koje se unaprijed planiraju i stvaraju da bi se njima obilježili posebni događaji ili postigli posebni društveni, kulturni ili korporativni ciljevi (Pivčević, 2021). Autorica ističe i kako većina globalnih mega manifestacija spada u kategoriju sportskih manifestacija što govori o značaju sporta u industriji manifestacija. Također se za događaje može reći da su središte naše kulture življenja i današnjeg poimanja turizma s obzirom da tijekom posjeta turističkom odredištu, turisti žele avanturu odnosno neki doživljaj u obliku događaja koji će ovjekovječiti njihov boravak u toj destinaciji (Gračan i Lugarić, 2013). Stoga i sportski događaji ili manifestacije imaju veliki značaj počevši od lokalne pa sve do svjetske razine. Petrić (2015) navodi kako je i sam pojam turizma prvi put službeno upotrijebljen 1811. godine u Sportskom magazinu u članku "Sublime Cockey Tourism" da bi se njime označila gužva, meškoljenje, kretanje gomile upravo na jednoj sportskoj manifestaciji.

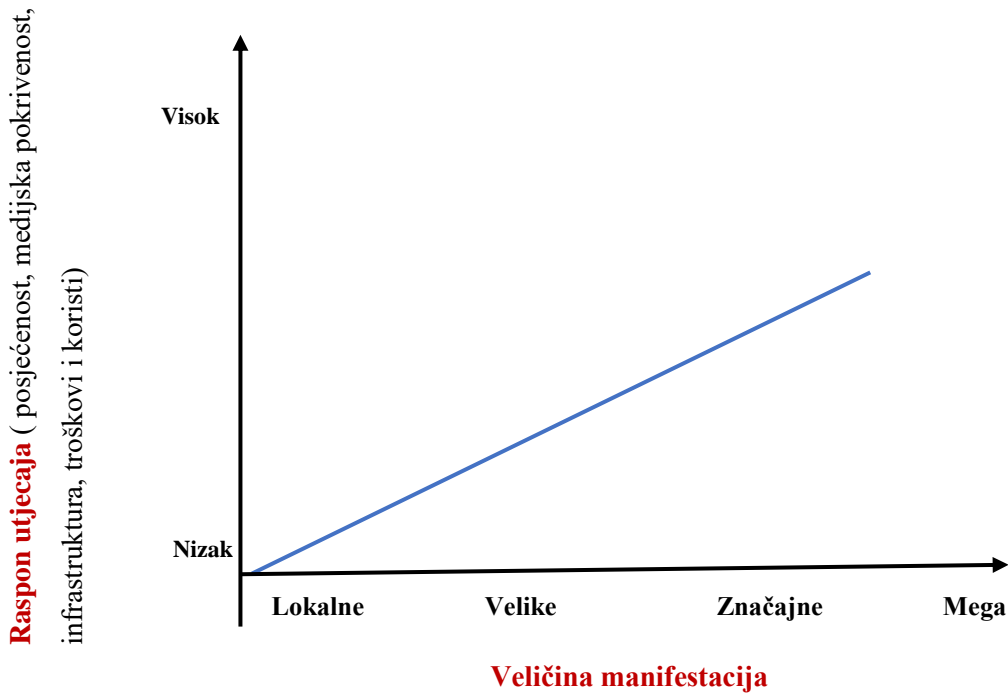
Događaje općenito, pa tako i sportske, dijelimo prema veličina, ali i sadržaju. Tako prema veličini Allen et al. (2008) razlikuju:

- lokalne manifestacije
- velike manifestacije
- potpisne ili značajne/ključne manifestacije
- mega manifestacije.

S druge strane, Getz (2005) razlikuje sljedeće manifestacije prema sadržaju;

- kulturne
- zabavne
- sportske
- poslovne

Značaj mega manifestacija je najbolje prikazan na Slici 1.1.



Slika 1.1. Raspon utjecaja veličine manifestacija

Izvor: Vlastita izrada prema (Allen et al., 2008)

Iz navedenog se da zaključiti kako **Olimpijske igre** po veličini spadaju u kategoriju mega manifestacija, a po sadržaju u sportsku manifestaciju. Dakle, na OI se gleda kao na mega sportsku manifestaciju te je upravo to najveća manifestacije takve vrste, kako u prošlosti tako i danas. Pojam mega manifestacija uključuje one manifestacije koje putem svoje veličine i značajnosti, generiraju iznadprosječne visoke stupnjeve turističkog prometa, medijske pokrivenosti, prestiža ili ekonomskog učinka na lokalnu zajednicu, mjesto ili organizaciju (Getz, 2005).

Što se sadržaja tiče, sportske manifestacije doprinose društvenim i ekonomskim učincima te razvoju zdravog tijela i duha kao ključne svrhe sporta (Allen et al., 2005) te isti autori napominju kako sportski događaji ne samo da donose dobrobit vladama domaćinima i sportskim organizacijama, već i sudionicima kao što su igrači, treneri i dužnosnici, te zabavu i užitek gledateljima. Tako Horne i Manzenreiter (2006) navode kako sportske manifestacije

jednostavno možemo promatrati kao generatore nacionalnog, lokalnog gospodarskog, ali i društvenog razvoja.

Što se tiče utjecaja manifestacija na turizam Petrić (2011) napominje kako događanja odnosno manifestacije mogu biti i samostalni turistički proizvod destinacije te kao takve ne samo u sportu već i općenito mogu imati kritičnu ulogu u implementaciji strateških turističkih proizvoda. Mogu biti i graditelji branda same destinacije čime se uvelike pospješuju marketinški naponi da destinacija bude prepoznata na globalnoj razini (Petrić, 2011). Getz i Page (2016) napominju kako se često mega događaji i doživljavaju kao sredstva za promicanje turizma u destinaciji te da su manifestacije jedne od rijetkih proizvoda destinacije koje destinacijska menadžment organizacija (DMO) može samostalno razvijati. Manifestacije pomažu stvoriti i pozitivnu turističku sliku o destinaciji čineći ju što atraktivnijom za posjetu (Getz i Page, 2016). Dakako, manifestacije ne samo u sportu već i općenito mogu biti i indirektni stimulatori poslovnog rasta, ali i sredstvo produljenja sezone (Petrić, 2011). Upravo Getz i Page (2016) naglašavaju kako manifestacije potencijalno dovode do smanjenja sezonalnosti te širenja turizma geografski u određenoj destinaciji. Stoga, manifestacije kao pojedinačni proizvodi mogu biti i generatori turističke industrije i konačno stimulans lokalnog ponosa i samo izgradnje društvene zajednice, što je u turizmu vrlo važno, s obzirom je lokalna zajednica jedan od glavnih dionika turizma (Petrić, 2011).

U ovim primjerima je izražena povezanost turizma i manifestacija koje postaju često i glavni motiv putovanja. Što se manifestacije koja je glavni predmet ovog rada tj. OI tiče, može se reći kako one dakako utječu na turizam destinacije održavanja na sve gore istaknute načine.

2.2. Glavne odrednice Olimpijskih igara kao mega sportske manifestacije

Od 1894. godine kada je osnovan Međunarodni olimpijski odbor (IOC) nakon pariškog kongresa koji je sazvao Pierre de Coubertin da oživi OI, o njima govorimo kao modernim OI te ih kao takve i danas poznajemo (Chappelet, 2021). Od tada su održavane svake četiri godine, osim u vrijeme globalnih sukoba odnosno kada su otkazane zbog Prvog i Drugog svjetskog rata, ali i kada su posljednje OI u Tokiju odgođene godinu dana zbog pandemije korona virusa (Chappelet, 2021).

Naravno, jasno je da svaka manifestacija, kako ona nešto manjeg značaja, tako i većeg, svakako nosi određene prednosti, ali ujedno i negativne aspekte za destinaciju u kojoj se održava. Jasno je kako će jedna mega manifestacija kao što je ova imati veliki značaj za destinaciju domaćina. Stoga, kako bi se manifestacija takvog značaja održala potrebno je unaprijed planirati svaki detalj kako bi pozitivni učinci održavanja nadmašili one negativne aspekte. Tako je proces organiziranja istih vrlo dugotrajan, ali i kompleksan i te pripreme traju mnogo godina prije godine samog održavanja. Baade i Matheson (2016) navode da se dodjeljivanje domaćinstva OI, koji je ujedno prvi korak, odnosno početak cijele priče, definira otprilike sedam godina prije događaja te su upravo gradovi domaćini odgovorni za cjelokupni račun organizacije događaja, dok IOC obično osigurava određena sredstva za podmirenje tih troškova. Iako sedam godina predstavlja mnogo vremena, uzimajući u obzir sve ono što odlazi u planiranje jedne tako važne manifestacije, potrebno je mnogo strateškog promišljanja i planiranja kako bi se u konačnici na adekvatan način realizirao taj događaj koji u konačnici traje tek nešto više od dva tjedna. S obzirom da je riječ o mega manifestaciji za očekivati je da je proces planiranja znatno duži nego da se radi o manjem događaju. Stoga jednom kada je grad izabran kao budući domaćin OI, Organizacijski odbor OI (OCOG) tog grada dobiva važnu ulogu u organiziranju istih.

U tom dugotrajnom procesu vrlo je važno spomenuti najvažnije dionike bez kojih bi organizacija bila uvelike otežana. Kako navode Parent i Leopkey (2015), to su najprije zaposlenici, ali i volonteri OCOG-a, zatim vlade lokalne, ali i nacionalne vlasti čiji su glavni poslovi povezani s izgradnjom infrastrukturnih objekata, ali i osiguravanja zdravstvene sigurnosti. Sljedeći važan dionik je zajednica koja je vrlo važna za stvaranje pozitivne atmosfere i ponosa unutar regije i zemlje domaćina. Ostali važni dionici ove manifestacije su i sponzori, internacionalne sportske delegacije te posljednje, posjetioci i mediji.

Važno je napomenuti da povijesno gledano, točnije od prvih modernih OI održanih 1896. godine, je postojao trend u kojem su gradovi domaćini bili isključivo industrijalizirane turistički razvijene zemlje osim nekoliko izuzetaka. Ipak, s vremenom je IOC počeo sve više poticati ponude zemalja u razvoju, pa je tako prema istraživanju autora Baade i Mathenson (2016) vidljivo kako u periodu od 2000. godine pa sve do 2020. godine više od polovica svih ponuda za domaćinstvo je došla iz grupe zemalja u razvoju te su poneke ponude završile i uspješno kao što je primjer Rio de Janeira, čiji će utjecaj održavanja na turizam biti predstavljen u nastavku rada.

Poznato je kako su ulaganja za održavanje Igara kao najvećeg i najprestižnijeg sportskog natjecanja na svijetu ogromna te danas sve veću ulogu u financiranju istih imaju i razna sponzorstva, dakako i prihodi od prodaje ulaznica, ali svakako i prodaja televizijskih prava s obzirom da je mali postotak ljudi koji dobiju jedinstvenu priliku uživo gledati neke od najvećih sportskih natjecanja. Svakako je pretpostavka vlasti svakog grada koji se prijavi za domaćinstvo da će se uložena sredstva na kraju donekle isplatiti te dakako očekuju porast međunarodnih dolazaka, kako u vrijeme održavanja igara tako i poslije održavanja. Sukladno navedenom OI, ali i npr. razna Svjetska nogometna prvenstva koja također možemo svrstati u mega sportske manifestacije s obzirom da su jedan od najvećih sportskih događaja nakon Olimpijade, mogu biti katalizatori za razvoj turizma destinacije u kojoj se održavaju, ali naravno samo ukoliko se spomenuta događanja uspješno iskoriste u smislu marketinga destinacije, razvoja infrastrukture te ostalih koristi o kojima će nešto više biti riječ u nastavku.

Upravo današnji porast značenja manifestacija za sobom vuče potrebu za sve većim istraživanjem istih, točnije njihovih prednosti, ali i nedostataka te tako postoje i dvije vrste učinaka svih manifestacija, a to su pozitivne i negativne (Pivčević, 2021). Stoga sljedeći dijelovi rada donose pregled utjecaja, kako pozitivnih tako i negativnih, OI za destinaciju domaćina.

2.3. Pozitivni utjecaji Olimpijskih igara na razvoj destinacije domaćina

2.3.1. Dugoročni pozitivni utjecaji Olimpijskih igara na destinaciju

U svojim istraživanjima Humphreys i Plummer (1995) navode kako organiziranje sportskih događaja, u ovom slučaju OI, donosi kratkoročne i dugoročne koristi. Dugoročne koristi se mogu svrstati u nekoliko kategorija, a to su ponajprije izgradnja infrastrukture, društveni segment kao što je npr. smanjenje nezaposlenosti, te jačanje nacionalne i međunarodne prepoznatljivosti putem intenzivne prisutnosti u medijima. Tako Baade i Matheson (2016) napominju kako turizam nakon Igara, razna poboljšanja infrastrukture, povećana trgovina, ali i strana ulaganja predstavljaju važnu dugoročnu korist za destinaciju.

Prvi važni pozitivni utjecaj održavanja ovog mega događaja je svakako predstavljanje grada domaćina svijetu te je organiziranje OI fantastična i jedinstvena prilika za oglašavanje, ne

samo grada, nego i zemlje domaćina (Rose i Spiegel, 2008). Isti autori naglašavaju kako uistinu ne postoji bolja promocija za grad od one koje mu OI pružaju s obzirom da ga nešto više od dva tjedna stavljaju u središte medijske pozornosti diljem cijelog svijeta. Stoga medijska pozornost oko Igara može poslužiti kao značajna reklamna kampanja koja služi za promicanje područja kao destinacije za budući turizam. Štoviše, na organizaciju se gleda kao na jedinstvenu priliku za zemlju domaćina da pokaže svijetu i svoju sposobnost da uspješno poduzme i organizira tako važan događaj. Ovaj promotivni aspekt često prikazuju i političari zemlje domaćina, što zapravo samo dokazuje veliku uključenost, odnosno interes nacionalnih vlada za organizaciju i financiranje OI. Spomenuta prepoznatljivost zemlje domaćina prema gore navedenoj podjeli spada u dugoročne koristi organiziranja ovog događaja te kao takva uvelike pomaže gradu, ali i zemlji domaćinu da se u budućnosti plasira na svjetsku scenu kao prepoznata turistička destinacija. Sljedeći važan učinak je otvaranje novih radnih mjesta odnosno smanjivanje nezaposlenosti u destinaciji, kako za vrijeme održavanja Igara tako i nakon održavanja (Baade i Matheson, 2016). Ipak, iako je zaposlenost mnogo veća netom prije i za vrijeme održavanja Igara što su potvrdila istraživanja raznih autora na ovu temu, ukoliko dođe do spomenutog priljeva turizma nakon Igara to će značiti da se lokalna radna snaga treba proširiti kako bi se na što adekvatniji način prilagodila tom porastu turizma u budućnosti. Baade i Matheson (2016) naglašavaju i činjenicu da je rast zaposlenosti posljedica sljedeće važne dugoročne koristi za destinaciju, a to je izgradnja povezana s prostorima OI kao što je olimpijsko selo te drugi sportski objekti (npr. stadioni), ali i druge gradnje povezane kao što su novi hoteli i prometna infrastruktura. Pozitivan učinak održavanja Igara svakako je i buduća upotreba te infrastrukture (Pivčević, 2021). Naime, moguće je da bi izgradnje te infrastrukture trajala mnogo duže ili da do nje ne bi ni došlo da nije bilo Igara kao glavnog pokretača izgradnje iste. Jednako tako osim izgradnje potpuno nove infrastrukture, doći će i do prenamjene već postojeće. Jasno je kako neki gradovi moraju izgraditi više infrastrukture dok drugi mogu organizirati događaj s nešto manjim ulaganjima u infrastrukturu. Zaključuje se da Igre zahtijevaju ulaganja u okolno područje i infrastrukturu koja nije direktno vezana uz sport s obzirom na činjenicu kako npr. IOC zahtijeva od područja domaćina da ima više od 40.000 hotelskih soba za ljetne OI (Baade i Matheson, 2016). Stoga građevinski projekti poduzeti kako bi se ispunio taj zahtjev, potencijalno mogu dovesti do povećanja lokalnog zapošljavanja, ne samo direktno u turizmu već i u povezanim industrijama. Tako Preuss (2004) naglašava da se sva ulaganja u Igre moraju uklopiti u dugoročne razvojne planove grada kako bi grad imao koristi i nakon Igara, ali i napominje kako nakon OI nisu olimpijski objekti ono što motivira stotine tisuća turista da dođu, već je to prije svega bolja i privlačnija slika grada i zemlje

domaćina. Također Preuss (2007) ističe činjenicu kako se manifestacije često koriste i kao sredstvo za urbani razvoj, tj. urbanu regeneraciju pa tako možemo promatrati i OI kao izvrstan primjer u kojem je uz dobro strateško planiranje moguće stvoriti pravilnu urbanu regeneraciju od koje će korist imati ne samo posjetitelji već i lokalno stanovništvo. Spomenuto se dogodilo 1992. godine u Barceloni što će biti u radu naknadno prikazano. Nadalje, OI mogu promicati izravna strana ulaganja i povećanu međunarodnu trgovinu, budući da Igre dovode do toga da se ulagači i tvrtke širom svijeta upoznaju s tim područjem što za to područje znači potencijalne nove poslovne prilike (Baade i Matheson, 2016). Ono što je prema Baade i Matheson (2016) vrlo važno je i građanski ponos kao nematerijalna korist za grad odnosno zemlju domaćina. Naime raste duh zajednice, a time i nacionalni, ali i lokalni ponos i identitet s obzirom na činjenicu kako je baš taj grad odabran među mnogim drugim gradovima da se u njemu održava jedan tako važan sportski spektakl gdje dolaze najveći sportaši svijeta. Dakle, jedna od najvećih prednosti domaćinstva samih Igara je zadovoljstvo proizašlo iz dane mogućnosti gradu da nekoliko tjedana ima pozornost cijelog svijeta. Dodatno Johnson (2020) naglašava kako upravo ponos i prestiž povezani s održavanjem OI potencijalno stvaraju pozitivno raspoloženje u području domaćina što traje i dugo nakon održavanja Igara. Prestiž je pak posebno izražen kod ceremonije otvaranja i zatvaranja Igara.

2.3.2. Kratkoročni pozitivni utjecaji Olimpijskih igara na destinaciju

S druge strane postoje i kratkoročne koristi koje OI donose destinaciji u kojoj se održavaju. Tako se kratkoročne koristi organiziranja sportskih događaja prema Humphreys i Plummer (1995) manifestiraju u organizaciji prethodnih, ali i pratećih sportskih i kulturnih događaja, medijskom interesu, marketinškim aktivnostima, raznim sponzorstvima te dolasku natjecatelja, posjetitelja i gledatelja sa svih kontinenata kao važnih dionika OI. Tako se i na njihovu potrošnju za vrijeme trajanja Igara može gledati kao na kratkoročne koristi. Dakle, povećanjem posjetitelja za vrijeme Igara, dolazi do njihove potrošnje u destinaciji, a time dolazi i do povećanja lokalnog prihoda. Ipak, važno je spomenuti kako se lako kratkoročne koristi mogu pretvoriti u one dugoročne koje će u duljem periodu biti vrlo korisne za destinaciju. Jednako tako, iako je zaposlenost svrstana u dugoročne koristi jasno je kako će ona za mnoge biti samo privremena, odnosno da će na višoj razini biti netom prije i za vrijeme Igara. Ono što u svojem radu Baade i Matheson (2016) svrstavaju pod kratkoročnu korist, točnije kratkoročnu nematerijalnu korist je i „*feel good effect*“ (engl.) u destinaciji, netom prije događaja. Isti autori

naglašavaju kako bilo koji veliki projekt javnih radova kao što su u ovom slučaju OI mogu dovesti do kratkoročnog povećanja gospodarske aktivnosti te djelovati kao oblik ekspanzivne fiskalne politike. Također Higham (1999) napominje kako će ekonomsku korist najviše vidjeti poduzetnici te sponzori dok će lokalna zajednica vidjeti nešto manju ekonomsku korist.

2.4. Negativni utjecaji održavanja Olimpijskih igara na razvoj destinacije domaćina

Jasno je da svaka organizirana manifestacija pa tako i OI imaju pozitivne, ali jednako tako i negativne učinke. Naime, mnogi autori ističu činjenicu kako negativni utjecaji premašuju one pozitivne te se u nastavku daje prikaz upravo tih negativnih utjecaja.

Važan negativni utjecaj održavanja Igara ogleda se u izgradnji nepotrebne infrastrukture, s obzirom da se destinacija suočava s izgradnjom raznih objekata čija izgradnja vjerojatno nikada ne bi bila realizirana da destinacija nije domaćin Igara (Berclay, 2009). Iako je izgradnja infrastrukture spomenuta i u dugoročnim pozitivnim učincima može doći do toga da spomenuti objekti u budućnosti ne budu iskorišteni za prvotnu namjenu, a posebno novoizgrađeni sportski stadioni. Dakle po završetku Igara kada se potražnja smanji te destinacija nije u mogućnosti njima dugoročno upravljati može doći do izražaja neiskorištenost tih objekata. Stoga postoji veliki rizik, posebno za zemlje u razvoju, da infrastruktura za mega događaje postane neiskorišteni sportski kompleks (Berclay, 2009). Nadalje, Miočić et al. (2020) zaključuju kako nasljeđe nove infrastrukture može za sobom ostaviti kako niz sportskih objekata tako i prometnu infrastrukturu koja se i dalje koristi, ali joj nedostaje sredstava za poboljšanje. Ujedno bi i povećanje gradnje prilikom pripreme za OI jednostavno moglo istisnuti druge lokalne građevinske projekte (Johnson, 2020). Ti projekti bi za destinaciju možda imali i dugoročno veće koristi nego oni isključivo vezani za OI. Prema Miočić et al. (2020) to je oportunitetni trošak organiziranja Igara s obzirom da domaćinstvo OI ne nailazi uvijek na potporu lokalnog stanovništva zbog mišljenja da postoje bolje alternative trošenju javnog novca nego na npr. olimpijski stadion, a upravo su neke od alternativa ulaganja u zdravstvo, škole, poboljšanje okoliša, prometa i sl.

Kao sljedeći negativan utjecaj je i gubitak redovnih posjetitelja te destinacije, budući da se velik udio mega događaja poput OI održava u popularnim turističkim područjima, negativni

vanjski efekti uzrokovani događajem, kao što je gužva, mogu odvratiti redovne turiste od posjeta gradu tijekom događaja. Dakle, može se dogoditi da posjetitelji koji su u posjeti destinaciji isključivo zbog Igara odnosno sporta „istisnu“ redovne posjetitelje (Berclay, 2009). Nadalje, Porter i Fletcher (2008) u svom istraživanju dolaze do zaključka kako OI obično uzrokuju značajno povećanje cijena soba odnosno da najveći teret povećanja potražnje apsorbira povećanje cijena u sektoru koji je najmanje sposoban za povećanje ponude, a to je hotelska industrija, dok s druge strane plaće radnicima često ostaju nepromijenjene. Tako je povećanje cijena soba i dodatni razlog koji bi mogao istisnuti redovne posjetitelje za vrijeme održavanja Igara.

Također Higham (1999) naglašava činjenicu kako postoje i značajni sigurnosni troškovi i rizici povezani sa svim sportskim mega-događajima pa tako i OI te napominje kako i sam proces prijave i nadmetanja za domaćina zahtijeva mnoge troškove. U svojem radu Miočić et al. (2020) napominju kako troškovi ne uključuju samo ulaganja, već i organizacijske troškove, koji mogu dovesti do većih poreznih izdavanja za lokalno stanovništvo. Dakle, OI na taj način mogu imati i negativne efekte za lokalnu zajednicu. Nadalje, iako je imidž destinacije uvršten u dugoročne koristi za destinaciju domaćina postoji i druga strana te koristi koja vrlo lako može prerasti i u negativni aspekt. Naime, Higham (1999) zaključuje da destinacija mnogo toga može izgubiti zbog određenih ograničenja kapaciteta, financijskih troškova, političkog aktivizma, ali i terorizma s obzirom da su OI u prošlosti bile meta terorista. Sve to, može, dakako, imati negativne posljedice na način na koji budući posjetitelji percipiraju destinaciju.

3. UČINCI OLIMPIJSKIH IGARA NA TURIZAM ODABRANIH DESTINACIJA

3.1. Barcelona

Osim što su OI u Barceloni održane 1992. godine ušle u povijest kao jedne od najuspješnijih i najbolje organiziranih OI ikada, Barcelona je uvelike i maksimalno uspjela iskoristiti vrijeme koje ju je na nekoliko dana u srpnju i kolovozu 1992. godine postavilo za glavni grad svijeta (Hcchotels, 2017). Stoga nema sumnje da OI označavaju "prije i poslije" što se tiče turizma u Barceloni te da je ovo bio događaj koji je omogućio gradu da proširi svoje turističke kapacitete, ali jednako tako i medijski događaj koji je Barcelonu stavio na turističku kartu svijeta i doveo do toga da postane jedna od glavnih turističkih odredišta (Duran, 2005). Isti autor zaključuje kako su OI od svih drugih mega manifestacija održanih u Barceloni imale najznačajniju razliku u „prije“ i „poslije“ efektima te se stavlja naglasak na činjenicu kako je Barcelona i prije bila domaćin nekih svjetskih mega manifestacija kao što je to npr. bilo Svjetsko nogometno prvenstvo održano 1982. Ipak, Igre su bile izgovor, a možda i poticaj za opći proces analize grada općenito, a posebno njegove uloge kao turističkog središta. Taj je proces započeo godinu dana nakon nominacije Barcelone za grad domaćina Olimpijade i trebao je dovesti do niza ishoda, uključujući osnivanje Turisme de Barcelona 1993., organizacije koja je bila odgovorna za promicanje gradskog turizma. Nova organizacija je imala središnju ulogu u budućem razvoju grada kao turističke destinacije. Od generičke promocije grada kao turističke destinacije, politika se promijenila u politiku specifične promocije usmjerene na različite segmente tržišta i zahtjeve specifičnih interesnih skupina s potencijalnim interesom za Barcelonu. Proces je uključivao ispitivanje dosadašnje turističke politike grada i razmatranje koji oblik bi ona trebala poprimiti u budućnosti. Tako (Duran, 2005) napominje kako je jedan od važnijih segmenata nakon održavanja Igara bio segment organiziranja velikih međunarodnih sportskih događaja koji je uvelike bio olakšan uspjehom Igara i novim prestižem grada kao grada domaćina velikih sportskih događaja. Upravo je neposredno nakon te zahvaljujući OI sportski segment postao središnji dio pažnje i interesa gradskih turističkih promicatelja, što je svakako pomoglo daljnjem razvoju Barcelone i u turističkom smislu.

Što se tiče samih infrastrukturnih unaprjeđenja, prije održavanja Igara Barcelona je imala veliki potencijal kao pomorski grad ponajprije zbog svog iznimnog položaja no taj privilegirani položaj nije uspjela spojiti s atraktivnom estetikom. Upravo je to događaj OI uvelike

promijenio. Naime, velika infrastruktura koja je ispravila ovakvu dotadašnju percepciju grada bio je Puerto Olympico, odnosno olimpijska luka izgrađena kao sjedište jedriličarskih natjecanja tijekom Olimpijade i danas jedno od najzanimljivijih rekreacijskih područja grada (Hcchotels, 2017). Obnova i transformacija Barcelonine najpoznatije plaže, naziva Barcelonetta, je dovela do promjene u percepciji Barcelone kod posjetitelja, koji su shvatili da ne moraju putovati u obalne gradove izvan Barcelone kako bi se sunčali, okupali i opustili u restoranu ili baru na obali (Hcchotels, 2017). Sljedeće mjesto koje se otvorilo turizmu neposredno nakon Igara je i Montjuc odnosno planina na kojoj je izgrađena razna olimpijska infrastruktura. Obnovljena je i najpoznatija fontana u Barceloni, Font Màgica de Montjuïc (Čarobna fontana). Fontana je drastično obnovljena na vrijeme za OI 1992. godine te je ista sada klasificirana kao jedna od najpopularnijih turističkih atrakcija u gradu (Metropolitan, 2016). Zaključuje se kako su ova četiri mjesta od kojih je prvo u potpunosti izgrađeno za OI dok su ostala tri doživjela duboku transformaciju, svakako tri tzv. *must see* (engl.) atrakcije i prilikom odlaska u Barcelonu i danas, trideset godina kasnije (Duran, 2005). „Osim toga, izgrađena je i druga osnovna i potrebna infrastruktura ili je pak ubrzana izgradnja već postojeće kao što su sustavi obilaznica, proširenja podzemne željeznice, sanacija starog grada, otvaranje javnih površina u mnogim dijelovima grada, od kojih su neki već planirani mnogo ranije“ (Garcia-Ramon, 2000). Isti autori naglašavaju kako je i svjetska pokrivenost događaja olakšala Gradskom vijeću Barcelone da okupi različite javne uprave, kako na regionalnoj tako i nacionalnoj razini, kako bi surađivali i financirali projekt koji je u konačnici proveden bez dugova. Stoga se zaključuje kako je Barcelona pomno planirala vlastiti razvoj te razna infrastrukturna rješenja koja će koristiti građani i nakon Igara, s obzirom na činjenicu kako su se razni novoizgrađeni objekti proširili ne samo po gradu, već i po predgrađima same Barcelone.

Što se tiče brojki koje najbolje pokazuju rast turizma Barcelone u periodu nakon Igara ,najprije je važno spomenuti kako se broj hotelskog i privatnog smještaja od 1990 pa sve do 2019 godine povećavao, te je najveći rast zabilježen u periodu od 1990.-1992. godine (Duran, 2005). Dakle, u periodu priprema i za vrijeme održavanje Igara. Što se tiče broja noćenja, donja tablica prikazuje rang vodećih europskih gradova po broju noćenja i njihovom rastu za razdoblje 1990.-2000. Zaključuje se kako se s gotovo 105%, Barcelonin rast ističe kao spektakularan u usporedbi s izravnim konkurentima.

Tablica 1.1. Prikaz noćenja u periodu od 1990-2000 u vodećim europskim gradovima

GRAD	1990	2000	VARIJACIJA (%)
London	91,300,000	120,400,000	31.9
Pariz	31,166,172	31,633,273	1.5
Dublin	15,359,000	16,898,000	10
Rim	12,915,225	14,781,281	14.4
Madrid	9,481,728	12,655,413	33.5
Berlin	7,243,638	11,412,925	57.6
Prag	4,524,000	7,921,953	75.1
Barcelona	3,795,522	7,777,580	104.9
Amsterdam	5,720,500	7,766,000	35.8

Izvor: vlastita izrada prema (Duran, 2005)

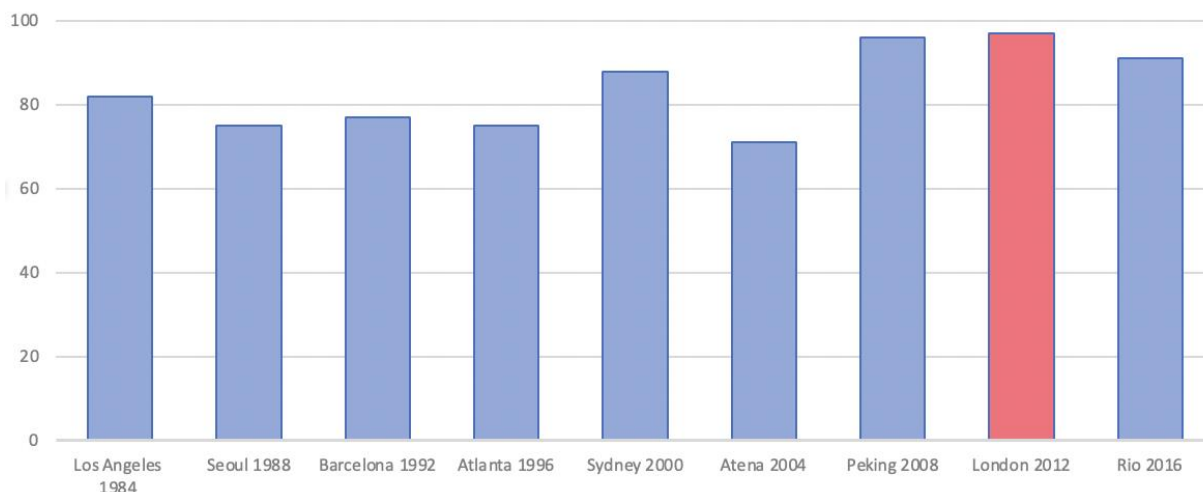
Ono što je također zanimljivo u istraživanju Duran (2005) je činjenica kako se imidž Barcelone kao poslovne destinacije u potpunosti promijenio nakon Igara. Naime, 1990. godine turisti koji su to bili isključivo zbog poslovnih putovanja činili su 70% svih posjetitelja. Dakle, jasno je kako je Barcelona bila industrijski i poslovni grad, ili je u svakom slučaju to bio njezin imidž. Nakon Igara postalo je jasno da Barcelona više nije percipirana na taj način te je 2000. godina čak 60% svih putovanja bilo u svrhu odmora. Tako Duran (2005) napominje kako se taj razvoj najviše može pripisati utjecaju Igara i učincima njihovog medijskog izvještavanja. Ipak, poslovni je segment i dalje ostao zastupljen s obzirom da se broj poslovnih sastanaka više nego utrostručio u periodu od 1992. pa do 2000. godine, te se broj održavanja raznih svjetski poznatih manifestacija u Barceloni uvelike povećao nakon Igara. Nadalje, značajan je i porast u krizerima i putnicima na krstarenjima u luci Barcelone baš kao i obnova zračne luke čiji se broj nacionalnih, ali i internacionalnih putnika uvelike povećao, i to izrazito u periodu nakon Igara. Svakako i sam broj posjeta glavnim turističkim atrakcijama grada također odražava ovaj dramatičan rast (Duran, 2005). Cijela strategija Barcelone oko organiziranja Igara je bila toliko inovativna da su ju mnogi odlučili i oponašati te detaljno proučavati. Tako upravo činjenicu kako je ovaj događaj uistinu imao pozitivne efekte za Barcelonu najbolje pokazuje činjenica kako danas mnogi spominju „barcelonin model“ urbane regeneracije referirajući se na njen pozitivan rast tijekom devedesetih godina prošlog stoljeća, te mnogi OI smatraju katalizatorom te promjene (Garcia-Ramon, 2000). Iako priznanje uspješnih prijašnjih iskustava kao što je to bio slučaj u ovom gradu domaćinu može biti poticaj za razvoj sličnih projekata drugdje u svijetu, puko prenošenje radnji i formula u različite stvarnosti na kraju može biti neuspjeh. To

bi mogao biti slučaj kada se pokušava prenijeti iskustvo Barcelone u, na primjer, azijske, afričke i latinoameričke gradove, kao i u europske gradove u kojima prevladavajući društveni i politički uvjeti mogu biti izrazito drugačiji nego su bili devedesetih godina u Barceloni (Garcia-Ramon, 2000). U svakom slučaju, sportski događaj 1992. bio je savršen izgovor za dubinsku transformaciju grada (Garcia-Ramon, 2000), te infrastrukturne promjene koje je Barcelona doživjela u tom periodu mogu biti nadahnuće za druge gradove kojima je potrebna urbana regeneracija. „Tako olimpijsko iskustvo Barcelone pokazalo je da dobro korištenje velikog događaja - u ovom slučaju sportskog događaja može dovesti do duboke transformacije percepcije grada. Igre su bile jedinstven i nezamjenjiv marketinški instrument u stvaranju Barcelone u kojoj se danas uživa“ (Duran, 2005). Zbog svega navedenog može primijetiti kako su Igre dale impuls Barceloni, da postane lider u mnogim aspektima, a posebno u turizmu te su bile glavna odskočna daska za glavni grad Katalonije da se plasira na položaj na kojem se danas i dalje nalazi.

3.2. London

Godine 2005. IOC je donio odluku o održavanju OI 2012. godine u Londonu. London je tako postao jedini grad u povijesti koji je imao čast treći put za redom biti domaćinom ljetnih OI. Dakle, zaključuje se kako je London za razliku od Barcelone, već imao veliko iskustvo s organiziranjem ovako velikog događaja. Ipak, ovo novo domaćinstvo Igara pružilo je izuzetnu priliku Londonu za regeneraciju, posebno područja istočnog Londona koje je kroz povijest imalo isključivo industrijsku ulogu. Tako je Olimpijski park kraljice Elizabete, izgrađen isključivo za svrhu Igara, postao dinamično novo srce istočnog Londona te je odigrao središnju ulogu u transformaciji tog, do tada industrijskog dijela grada. Danas su sva stalna mjesta igranja u spomenutom parku operativna, stvaraju radna mjesta za lokalno stanovništvo, organiziraju događaje visokog profita i privlače više od šest milijuna posjetitelja godišnje (IOC, 2021). Tako je Olimpijski park kraljice Elizabete doživio fizičku transformaciju od žarišne točke u vrijeme Igara do odredišta s potpuno novim parkovima i igralištima za lokalne, regionalne, nacionalne i međunarodne posjetitelje te je tim Olimpijski park, koji je i trajno oplemenio nekadašnje zapušteno područje sa zelenim površinama, postao najvažniji trajni učinak za London od domaćinstva 2012. godine, a činjenica kako je zelena površina u parku i oko njega najveća stvorena u Londonu u jednom stoljeću, to i dokazuje (IOC, 2021) .

Što se tiče drugih infrastrukturnih poboljšanja u samom Londonu potaknutih OI, došlo je i do vidnog poboljšanja u samom transportu pa je tako i sama londonska željeznica opskrbljena desecima novih, najsuvremenijih vlakova koji su uvedeni posebno na vrijeme za Igre (TFL,2012). Tako je i Transport for London naveo da je gotovo 6,5 milijardi funti uloženo u poboljšanje prijevoza oko Olimpijskog parka, ali i diljem cijelog Londona, što je uvelike unaprijedilo i poboljšalo dotadašnji londonski prijevoz (TFL, 2012). Ono što je jako zanimljivo vezano za ove Igre je i činjenica kako su to do tada bile i OI sa najvećim brojem prodanih ulaznica ikada u povijesti održavanja ljetnih OI, izuzev posljednjih Igara u Tokiju 2020 gdje gledatelja nije bilo (Statista,2022). Činjenica kako su OI s najmanjim brojem prodanih ulaznice bile one u Ateni 2004 godine, a pak Igre s najvišim postotkom (97) prodanih ulaznica one u Londonu 2012 godine, je najbolje vidljiva na donjem grafu.



Graf 1.1. Postotak prodanih karata na ljetnim OI od 1984-2016

Izvor: Vlastita izrada prema <https://www.statista.com/statistics/199946/tickets-sold-in-percent-at-the-olympic-summer-games-since-1984/>

Nadalje, prema istraživanju koje je provela Statista (2022), vidljivo je kako se broj inozemnih posjetitelja Londonu od 2012 godine kretao uzlaznom putanjom. Tako Brown et al. (2016) naglašavaju kako je taj rast posljedica složenog niza čimbenika i kako je u jednom od najposjećenijih gradova svijeta kao što je London, nemoguće promjene u turističkim brojkama pripisati jednom događaju. S druge strane istraživanje koje su proveli Moss et. al. (2013). ne prikazuje značajno povećanje broja međunarodnih putnika točno u vrijeme održavanja OI u Londonu ili nekoliko mjeseci nakon same Olimpijade. Zaključuje se da je godinu nakon Londonu posjetilo 1.1% posjetitelja više te da su se prihodi od turizma povećali čak za preko 7% u narednoj godini, odnosno 2013. godine.

Može se primijetiti da je London na vrijeme prepoznao prilike i prijetnje od organiziranja ovakvih događaja te su uzeli u obzir činjenicu da mnogi posjetitelji izbjegavaju gradove domaćine Igara godinu dana prije, tijekom i nakon događaja zbog straha od previsokih cijena, pretrpanosti ili pak neugodne atmosfere. Upravo je zbog toga njihova turistička zajednica, ali i turistička zajednica cijele Britanije pokrenula sedam godina prije Igara opsežno istraživanje potrošača kako bi razumjeli razmjer prijetnje i uveli kampanje ublažavanja kao odgovor (Skift, 2012). Ono na što je London također obratio pozornost bilo je i izdvajanje značajnih sredstava iz proračuna za marketing grada i nakon Igara što je, kako se vidi iz priloženog, rezultiralo

pozitivnim učincima. Pri tome im je glavni motiv bio pretvoriti gledatelje Igara u buduće posjetitelje (The Daily Telegraph, 2012).

Također Baade i Matheson (2016) navode činjenicu kako je čak 80 posto ispitanika anketiranih od strane BBC-a neposredno nakon OI 2012 u Londonu izvijestilo da ih je taj događaj "učinio ponosnijim što su Britanci", što najbolje ukazuje na činjenicu kako je nešto prije spomenuta neopipljiva korist, uvelike izražena.

3.3. Rio de Janeiro

Godine 2009 Rio de Janeiro izabran je domaćinom ljetnih OI održanih 2016 godine. Mnogi su stanovnici tada izišli na ulice proslaviti činjenicu kako je Brazil postao prva država Južne Amerike koja je dobila čast biti domaćinom najveće sportske manifestacije na svijetu (Zimbalist, 2017). Ono što razlikuje Rio od prethodnih destinacija koji su bile domaćini OI u prošlosti je činjenica kako je Rio, ali i cijeli Brazil kao zemlja u razvoju, imao velike gospodarske probleme. „Brazilsko gospodarstvo bilo je u dubokoj recesiji s padom BDP-a za otprilike 4 posto godišnje dvije uzastopne godine, nezaposlenošću preko 11 posto, a inflacijom blizu 10 posto, a tu je bilo i nasilje koje je bilo vrlo prisutno“ (Zimbalist, 2017). Isti autor naglašava kako su razotkrivanje goleme korupcije, otpuštanja i neplaćanje radnika, rastuće nasilje i rasipanje potrošnje na Olimpijadu izazvali i razne prosvjede, a kao najbolji primjer za to je prosvjed održan samo pet tjedana prije ceremonije otvaranja međunarodne zračne luke u Riju, upozoravajući posjetitelje da grad nije siguran, s natpisom "Dobro došli u pakao". Riu je ponestalo novca, a IOC je pokušavao pronaći rješenja za te neplanirane situacije kao i za činjenicu da novoizgrađena infrastruktura nije bila adekvatna. Stoga je izbor Ria za domaćina bio nevjerojatno hrabar izbor IOC-a (Szabolcs et al., 2022). Ipak, unatoč raznim problemima Igre su održane no daleko su bile od onoga što su za Rio, ali i cijeli Brazil trebale predstavljati i čemu su se svi nadali.

Što se turističkih brojki tiče, IOC je zabilježio kako su u konačnici OI pomogle Riu da zabilježi napredak u odnosu na godinu ranije. Naime tijekom dvanaest mjeseci Brazil je primio 6,6 milijuna stranih turista, što predstavlja povećanje od 4,8% u odnosu na prethodnu godinu te što se tiče prihoda ostvarenog od turizma u 2016. godini došlo je do povećanja od 6,2% u odnosu na prethodnu godinu (Deutche Welle, 2017). Ipak, ono što je zanimljivo u istraživanjima koje je proveo Zimbalist (2017) je činjenica da se prosječan broj putnika u međunarodnoj zračnoj luci u Riu povećao tijekom kolovoza 2016. godine te je bio veći od prosjeka prethodne četiri godine. Međutim broj dolazaka u 2016. godini od siječnja do kolovoza su manji nego što su bili prethodnih godina u tom periodu. Upravo ta statistika sugerira da je u 2016. došlo do toga da ljudi koji su planirali posjetiti Rio 2016. godine, su to učinili u kolovozu umjesto u ranijim mjesecima. Nadalje, Rio je imao velika očekivanja u pogledu dugoročnih pozitivnih učinaka, posebice jačanju imidža grada domaćina, promičući time turizam, strana ulaganja i trgovinu tijekom vremena (Zimbalist, 2017). Isti autor naglašava kako je Rio do održavanja Igaru uglavnom bio percipiran kao čudesan grad zbog svoje fizičke ljepote i karnevalske atmosfere,

no događaji povezani s povećanjem nasilja i pljački, ali i razni prosvjedi te političke nesuglasice i sl. donijeli su svijetu vijesti o drugačijem Riju: gradu razorenom nasiljem, nejednakosti, bolestima i zagađenjem, opsežnom korupcijom, političkom nestabilnošću, recesijom i neučinkovitošću. “ A ovi uvjeti nisu povoljni za promicanje turizma, trgovine ili ulaganja“ (Zimbalist, 2017). Nadalje, Szabolcs et al. (2022) ističu kako je i mnogo turista bilo žrtvama kriminala za vrijeme Igara te da je stopa kriminala bila viša nego u istom razdoblju prošle godine. To je uvelike doprinijelo drugačijem, suprotnom od priželjkivanog, imidžu grada unatoč sigurnosnim mjerama koje su bile i dvostruko veće nego u Londonu, četiri godine ranije (Szabolcs et al., 2022).

Također, prema navodima Zimbalist (2017), Rio je previše ulagao u hotelske sobe kako bi se prilagodio očekivanom porastu turizma, no očekivana popunjenost se nije dogodila, a kao rezultat su se javili smanjena iskorištenost hotelskih kapaciteta, pad cijena soba i u konačnici mnogi stečajevi hotela.

Stoga iako su zahvaljujući Igrama razna poboljšanja trebala biti napravljena kao npr. favele u Riju su trebale biti modernizirane, njegove nasilne narko bande iskorijenjene, ali njegova sportska i prometna infrastruktura poboljšane, stvarnost je bila drugačija te se ističe činjenica kako magija razvoja Igara vrlo često ne djeluje ni na mnogo razvijenije gradove te da zasigurno nije mogla ni uspjeti za Rio (Zimbalist, 2017). Isti autor naglašava da otkako su Igre završile krajem kolovoza 2016 godine problemi Rija samo su se pogoršali. Nasilje je dramatično eskaliralo a gospodarstvo je nastavilo naglo tonuti dok su tisuće radnika, uključujući stotine uključenih u Igre, i dalje ostale neplaćene, turizam nije doživio očekivani procvat dok je vrlo prisutan i zamijećen ostao i problem neiskorištenih sportskih objekata.

3.4. Preporuke budućim domaćinima OI za što uspješniju realizaciju Igara

Smatram kako je jedna od važnijih ako ne i najvažnija stvar za svaku buduću destinaciju koja se kandidira za titulu domaćina ovako velike svjetske manifestacije kao što su OI, da bude na samom početku, odnosno prilikom kandidiranja kao prvog koraka u cijelom procesu za domaćina, vrlo jasna u vlastitim ciljevima koje želi postići događajem. Vjerujem da je već tada potrebno vrlo detaljno analizirati svaku buduću promjenu, posebice one infrastrukturne, za daljnji razvoj te destinacije jer vrlo često se događa da novoizgrađena infrastruktura ne odgovara razvojnim potrebama samoga grada. Jasna je činjenica da je na posljertku najviše promjena potrebno napraviti po pitanju infrastrukture jer ne uključuje samo sportska mjesta za održavanje Igara kao što su stadioni, već i smještajne, ali i prometne gradnje, čija izgradnja zahtijeva mnogo prethodnog planiranja. Naime, vjerujem kako je od iznimne važnosti da novoizgrađeni objekti kasnije uistinu budu na korist lokalnog stanovništva ili pak da imaju određenu svrhu i namjenu jer u protivnom destinaciji prijeti neiskorištenost objekata što rezultira na posljertku i drugačijom percepcijom same destinacije. Nadalje, vrlo je bitno da se ne zanemari lokalno stanovništvo te njegovo mišljenje o takvom događaju s obzirom da je lokalna zajednica jedan od bitnijih ako ne i najbitnijih dionika turizma određene destinacije, a činjenica je da jedan ovakav mega događaj uvelike mijenja i preokrene život lokalne zajednice za vrijeme održavanja. Smatram kako bi svaka destinacija koja razmatra činjenicu za biti domaćinom trebala i pregledati te detaljno analizirati destinacije koje su u prošlosti imale priliku biti domaćinima, ali posebice one destinacije koje su po određenim parametrima, bilo geografskim, političkim ili društvenim slične toj destinaciji koja se kandidira, s obzirom da se na tuđim greškama vrlo dobro mogu prepoznati segmenti u kojima je bilo prostora za unaprjeđenje i poboljšanje. Ipak, u tome treba biti vrlo oprezan jer kako je ranije spomenuto, danas postoji i često se u tom kontekstu spominje „barcelonin model“ urbane regeneracije u kojem se nastoji slijediti njen primjer u organiziranju Igara, no svakako je važno da se ne zanemare politički i društveni uvjeti u destinaciji koja se uspoređuje s Barcelonom, a koji se vrlo vjerojatno uvelike razlikuju od onih u Barceloni koji su vladali tada, devedesetih godina dvadesetog stoljeća. Jednako tako postalo je vidljivo kako je mnogo zemalja u razvoju uvelike počelo smatrati domaćinstvo OI održivim sredstvom za postizanje jačeg međunarodnog utjecaja te sve više takvih zemalja kandidaturu za taj događaj vidi kao jedinstvenu priliku da najavi svoj dolazak na svjetsku turističku scenu te je Rio jedan od najboljih primjera. Naime, takvi postupci su često potaknuti mišlju kako će održavanja te manifestacije pozitivno utjecati na cjelokupno gospodarstvo te zemlje, a vrlo često su negativni aspekti zanemareni. Stoga iz

priloženog se zaključuje kako zemlje u razvoju možda i nisu najbolji kandidati za biti domaćinima ovako velike manifestacije. Ipak, na svakoj zemlji je da odvažne isplativost domaćinstva i u kontekst uzme široku sliku raznih utjecaja koje bi Igre mogle imati, pritom imajući u vidu razne izazove, ali i teret koje domaćinstvo donosi.

4. ZAKLJUČAK

Danas mnoge destinacije diljem svijete koriste razne manifestacije kao jedno od važnijih sredstava za privlačenje turista. Među najvažnijim utjecajima manifestacija ističu se oni ekonomske prirode za vrijeme, ali i nakon održavanja te neopipljive koristi kao što je ponos zajednice koji ostaje dugo nakon događaja. Tako i OI, imaju mnoge pozitivne utjecaje na destinaciju održavanja, ali isto tako je tu i druga strana, ona negativna u kojoj su Igre neisplative. Spomenuti utjecaji su različito izraženi u različitim destinacijama. Iz analize u radu jasno je kako su OI najviše pozitivnog utjecaja imale za Barcelonu koja je ovakav događaj iskoristila na najbolji način predstavivši vrlo detaljan plan urbane obnove u kojem su uspjeli maksimalno iskoristiti Igre za obnovu grada i pozicioniranje Barcelone na turističku kartu svijeta. London je pak iskoristio Igre da obnovi područja grada koja su bila do tada potpuno turistički nevalorizirana, no činjenica je da Igre Londonu nisu previše pomogle oko imidža samog grada s obzirom na činjenicu kako je London već i prije imao status jedne od najposjećenijih destinacija, ne samo Europe već i svijeta. Takva činjenica je zasigurno i pomogla Londonu da je i do današnjeg dana ostao destinacija u kojoj je došlo do najveće prodaje karata za ljetne OI u povijesti održavanja istih. S druge strane situacija za Rio bila je ponešto drugačija od prethodne dvije destinacije. Naime, Brazil kao zemlja u razvoju suočen tada s mnogim gospodarskim problemima nije uspio iskoristiti Igre na način na koji je mogao, ali i trebao kako bi upravo te Igre bile zapamćene u pozitivnom svjetlu s obzirom na činjenicu kako je to bio prvi put u povijesti da je jedna zemlja Južne Amerike dobila čast biti domaćinom. U prilog mu nisu ni išli razni zahtjevi MOO-a za izgradnjom infrastrukture jer nisu odgovarali tadašnjim razvojnim potrebama Ria koje su trebale biti usmjerene na korisnije projekte koji bi dugoročno imali veće koristi. Nadalje, razni problemi, kako politički tako i gospodarski upućuju na zaključak da Rio vjerojatno i nije bio pravi odabir za destinaciju domaćina ljetnih Igara 2016 godine jer su u konačnici negativni aspekti nadvladali one pozitivne. S obzirom na analizirane i raspoložive podatke, zaključuje se da održavanje OI nosi i pozitivne i negativne učinke te da ukupni saldo ovisi o kontekstu destinacije i zemlje u kojoj se održavaju.

LITERATURA

- Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell I. (2005), *Festival and Special Event Management*, Elsevier
- Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell I. (2008), *Festival and Special Event Management*, Elsevier
- Baade, R. A., Matheson, V. A. (2016). Going for the Gold: The Economics of the Olympics. *Journal of Economic Perspectives*, 201-218.
- Barclay, J (2009): Predicting the costs and benefits of mega sporting events : misjudgment of Olympic proportions? *Economic Affairs*, 62-66.
- Brown, G., Smith, A., Assaker, G. (2016). Revisiting the host city: An empirical examination of sport involvement, place attachment, event satisfaction and spectator intentions at the London Olympics. *Tourism Management*, 160–172.
- Chappelet, J.L. (2021): The Governance of the Olympic System: From One-to-Many Stakeholders, *Journal of Global Sport Management* 1-15
- Čendo, T., Metzinger, Toth, M. (2020.). Metodologija istraživačkog rada za stručne studije Veleučilište Velika Gorica .
- Duran, P. (2005): The impact of the Games on tourism: Barcelona: the legacy of the Games, 1992-2002
- Garcia-Ramon, M. D., Abel A., (2000) "Pre-Olympic and Post-Olympic Barcelona, a 'Model' for Urban Regeneration Today?" *Environment and Planning* 1331-1334
- Getz, D. (2005), *Event Management and Event Tourism*, Cognizant Communication Corp
- Getz, D., Page, S (2016), Progress and prospects for event tourism research, *Tourism Management*, 52, pp. 593 631
- Gračan, D., Rudančić-Lugarić, A. (2013). Konkurentnost turističke destinacije *Ekonomski vjesnik*, 271-281
- Higham, J (1999): Commentary - Sport as an Avenue of Tourism Development: An Analysis of the Positive and Negative Impacts of Sport Tourism, *Current Issues in Tourism*, 82-90
- Horne, J., Manzenreiter, W. (2006). An introduction to the sociology of sports mega-events., 1–24
- Humphrey, J.M., Plummer, M.K. (1995) „The economic impact on the state of Georgia of hosting the Olympic games 1-3
- Johnson, C. (2020). *The Impact of the Olympic Games on Employment Growth: A Synthetic Control Approach* West Virginia University.

Miočić, J., Peran, V., Banić, B. (2020) „Značaj naslijeđa olimpijskih igara za grad i zemlju domaćina kroz održivost i ekonomske benefite“ 81-90

Moss, S. E., Gruben, K.E., Moss, J. (2013) "International Tourism and the Olympics: The Legacy Effect." Logistics & Supply Chain Management Faculty Presentations. Presentation 52.

Parent, D., Leopkey, B. (2014) „Stakeholder perspectives regarding the governance of legacy at the Olympic Games“

Petrić, L (2015) : „Uvod u turizam“, Ekonomski fakultet, Split.

Petrić, L. (2011): „Upravljanje turističkom destinacijom“, Ekonomski fakultet u Splitu

Pivčević, S. (2021): „Upravljanje manifestacijama“, skripta, Ekonomski fakultet, Split.

Porter, P. K., & Fletcher, D. (2008). The economic impact of the Olympic Games: Ex ante predictions and ex poste reality. *Journal of Sport Management*, 22(4), 470-486.

Preuss, H., Solberg, A.H. (2006). Attracting Major Sporting Events: The Role of Local Residents. *European Sport Management Quarterly*, 391–411.

Preuss, H. (2007). The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), 207-228.

Rose, A., & Spiegel, M. (2009). The Olympic effect. *The Economic Journal*, 121(553), 652-677

Szabolcs, M., Nagy-Tóth, N.Á., Dávid, L.D., Gogo, A.F.C. and Bujdosó, Z., 2022. The role of sports policing and tourism safety at the Summer Olympics. *Sustainability*, 14(10), p.5928.

Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N. (2010) Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: Kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje, Zagreb: M.E.P. d.o.o.

Zimbalist, A. (2017). Rio 2016: Olympic myths, hard realities. Brookings Institution Press.

Internet izvori

<https://www.hcchotels.com/en/blog/1992-and-the-tourism-boom-in-barcelona/>
(pristupljeno 20.6.2022)

<https://www.barcelona-metropolitan.com/features/6-ways-the-1992-olympics-transformed-barcelona/> (pristupljeno 20.6.2022)

<https://olympics.com/ioc/legacy/london-2012/london-2012-engaging-inspiring-and-transforming> (pristupljeno 25.6.2022)

<https://www.statista.com/statistics/287133/annual-number-of-overseas-visits-to-the-united-kingdom-uk/> (pristupljeno 25.6.2022)

<https://hospitality-on.com/en/tourisme/london-tourism-boosted-olympics>
(pristupljeno 27.6.2022)

<https://skift.com/2012/11/17/whats-the-tourism-legacy-of-the-2012-london-olympics/>
(pristupljeno 2.7.2022)

<https://content.tfl.gov.uk/Item07-Final-Preparations-for-the-London-2012-Games.pdf>
(pristupljeno 2.7.2022)

<https://tfl.gov.uk/corporate/publications-and-reports/environment-reports>
(pristupljeno 13.7.2022)

<https://learngerman.dw.com/en/olympics-boosted-brazil-to-tourism-record/a-37017537> (pristupljeno 16.8.2022)

PRILOZI

Popis slika

Slika 1.1. Raspon utjecaja veličine manifestacija.....6

Popis tablica

Tablica 1.1. Prikaz u periodu od 1990-2000 u vodećim europskim gradovima.....16

Popis grafova

Graf 1.1. Postotak prodanih karata na ljetnim olimpijskih igrama od 1984-2016.....19

SAŽETAK

Posljednjih godina manifestacije su postale iznimno važne za turistički razvoj destinacije održavanja, a posebice one mega naziva za koje je dokazano da generiraju najveće utjecaje. Jedna od tih manifestacija su zasigurno i OI koje za destinaciju imaju mnoge, kako pozitivne tako i negativne učinke. Tako je u ovom radu najprije predstavljena veza Olimpijskih igara i turizma. U radu su zatim predstavljeni i detaljno opisani spomenuti pozitivni, ali i negativni učinci Igara te se potom fokus prebacio na opis utjecaja Igara na tri grada koji su bili domaćini Igara u prošlosti. Poseban se naglasak stavlja na promjene u njihovom turizmu prije, za vrijeme ali i nakon Igara. Konkretno riječ je bila najprije o Barceloni, Londonu te posljednje o Riu. Na posljertku su predstavljene preporuke budućim domaćinima za što uspješniju realizaciju Igara u budućnosti.

Ključne riječi: *manifestacije, turizam, učinci manifestacija, Olimpijske igre*

SUMMARY

In recent years, events have become extremely prominent for the tourism development of the tourism destination, especially mega events that have been proven to generate the greatest impacts. One of those events are Olympic games that have many, both, positive and negative impacts on the host destination. In this thesis, the connection between Olympics games and tourism is analysed and positive and negative effects of the Olympic games are presented. In the last section the impact of the Olympic games on three host cities, Barcelona, London and Rio de Janeiro, are analysed with special emphasis being placed on changes in their tourism before, during and after the Games. Finally, conclusions and recommendations for future Olympic games hosts are provided.

Keywords: *events, tourism, impacts of the events, Olympic games*